

ОТЗЫВ

**об автореферате диссертации Любови Михайловны
МАТВЕЕЧЕВОЙ на тему: «Цвет в газетно-журнальной рекламе:
технологический и творческий аспекты», представленной на соискание
ученой степени кандидата филологических наук по специальности
10.01.10 – журналистика**

Представленная авторефератом диссертация Матвеечевой Л.М. является безусловно актуальным и современным научным исследованием, которое может лечь в основу востребованного учебного курса для обучающихся в высших учебных заведениях по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью».

К достоинствам работы можно отнести следующее:

- 1) Четкость структуры исследования, логичность изложения;
- 2) Качественную и количественную валидность рассматриваемого материала (более трехсот рекламных пресс-сообщений всех типов из восьми современных газет и журналов);
- 3) Использование спектра разнообразных исследовательских методов, в том числе самостоятельно разработанную автором методику анализа образцов газетно-журнальной рекламы по параметрам сравнения.

Наиболее значимые результаты, полученные автором, следующие:

- 1) Разработан алгоритм использования цвета в рекламе различных товаров и услуг (в зависимости от товарной категории);
- 2) Проанализирована эффективная практика применения цвета в пресс-рекламе, определены распространенные ошибки в дизайне рекламных сообщений и обозначены способы их устранения;
- 3) Благодаря проработке большого объема теоретического материала и его тезисному, сжатому отображению, даже человек несведущий в сфере дизайна и рекламы может понять мысли автора и получить комплексное представление объекта и предмета исследования;

4) Результаты исследования внедрены в практической рекламной деятельности (работа Рекламного центра ВГУ).

Достоверность выводов подтверждается не только логичной аргументацией, но и многочисленными приложениями, демонстрирующими ход мыслей автора.

В тоже время по автореферату можно сделать следующее замечание:

из текста не ясно, использовались ли в работе интервью с представителями профессионального сообщества, занимающихся заказом и разработкой пресс-рекламы. Очевидно, что эмпирические данные, собранные в ходе этого исследования, помогли бы выявить (или подтвердить) сложившиеся профессиональные стереотипы и стандарты в использовании цветовых решений в печатной рекламе.

Указанный недостаток не снижает достоинств диссертации, которая, судя по автореферату, представляет собой законченную научно-исследовательскую работу, удовлетворяющую требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям. Полагаю, что Матвеечева Л. М. заслуживает присвоения ей ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10.



Колодкин Владимир Александрович,
кандидат филологических наук,
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
зам. директора по направлению «Журналистика»
Института филологии, журналистики
и межкультурной коммуникации ЮФУ,
Почтовый адрес: 344006, г. Ростов-на-Дону,

пер. Университетский, 93

Тел./факс: +7 (863) 218-40-94

E-mail: kolodkinva@yandex.ru

7 ноября 2014 года

